

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014), metode kuantitatif merupakan metode yang menggunakan sejumlah sampel dan data-data numerikal atau berupa angka, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* menurut Sugiyono (2010), penelitian eksplanasi adalah penelitian yang digunakan untuk menjelaskan kedudukan-kedudukan dari variabel- variabel yang di teliti serta bermaksud menjelaskan pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei secara langsung, yaitu membagikan angket secara langsung atau bertatap muka dengan responden yang memenuhi persyaratan dan mudah dijumpai. Komponen yang telah dapat diukur tersebut pada akhirnya akan dijadikan titik tolak dalam

menyusun pertanyaan-pertanyaan pada Angket yang akan disebarakan untuk dijawab oleh responden.

### **3.2 Obyek dan Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, lokasi yang dipilih adalah Falin Jaya Trans yang beralamat di Dsn.Tugurejo Ds.Mayangan Kec.Jogoroto Kab.Jombang. Obyek penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Falin Jaya Trans.

### **3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **3.3.1 Definisi Operasional**

##### **1. Kualitas Pelayanan (X1)**

Mengacu pada konsep dari menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182)Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan itu merupakan kegiatan yang mengacu pada kualitas yang diharapkan dalam penawaran pelayanan,dan ditentukan oleh kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan yang diukur dengan lima indikator menurut Parasuratman et.al(1988) .yaitu, *Tangible*( Bukti Fisik), *Empathy* (Empati), *Realibility* (Kehandala), *Responsivnes* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan).

##### **2. Kepercayaan (X2)**

Kepercayaan merupakan ikatan emosional pada seseorang yang yakin bahwa mitra kerja mampu memenuhi keinginannya dalam mencapai kepuasan pelanggan Falin Jaya Trans yang diukur menggunakan indikator yang dikembangkan yaitu (Zikmund, 2013:1274)

1. Percaya terhadap kinerja perusahaan adalah percaya terhadap hasil dari kegiatan manajemen sebuah perusahaan.
2. Percaya terhadap integritas perusahaan adalah hal yang berkaitan dengan konsistensi dalam tindakan-tindakan, nilai- nilai, metode-metode, ukuran-ukuran, prinsip-prinsip, ekspektasi-ekspektasi dan berbagai hal yang dihasilkan.
3. Percaya terhadap kinerja produk adalah percaya atas kemampuan produk bahwa akan sesuai yang diinginkan.
4. Percaya terhadap fitur produk adalah percaya terhadap kelengkapan fitur produk yang dijanjikan perusahaan.
5. Percaya terhadap keterhandalan produk adalah percaya terhadap kemampuan produk yang diberikan dan dijanjikan dapat diandalkan.

### 3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Mengacu pada konsep dari Menurut Hawkins dan Lonney dalam (Imansyah dan Irawan, 2017:330) variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini didefinisikan perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang atas hasil kinerja produk, yang dipersepsikan dan diekspektasikannya, yang diukur menggunakan indikator Menurut Hawkins dan Lonney dalam (Imansyah dan

Irawan, 2017:330) yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

**Tabel 3.1**  
**Insturumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pertanyaan</b>
Kualitas Pelayanan (X1)	Bukti langsung (X1.1)	1. Lokasi 2. Kondisi Mobil 3. Fasilitas	1. Lokasi Falin jaya trans strategis. 2. Kondisi mobil selalu bersih 3. Kondisi mobil dalam keadaan prima 4. Fasilitas mobil memadai
	Keandalan (X1.2)	4. Informasi 5. Jadwal penyewaan 6. Pelayanan	5. Pemilik Falin jaya trans memberikan informasi yang jelas sesuai keluhan pelanggan. 6. Pemilik Falin jaya trans membantu menunjukkan jadwal penyewaan dan mobil yang kosong pada pelanggan 7. Pemilik Falin jaya trans memberikan pelayanan sesuai dengan jadwal penyewaan yang dijanjikan
	Ketanggapan (X1.3)	7. Sigap melayani 8. Menangani transaksi 9. Penanganan keluhan	8. Pemilik Falin jaya trans sigap dalam melayani pelangga 9. Pemilik Falin jaya trans menangani transaksi keuangan dengan jujur

Lanjutan Tabel 3.1

			10. Pemilik Falin jaya trans menangani keluhan mengenai cara kerja audio mobil
	Jaminan (X1.4)	10. Pengetahuan karya 11. Perhatian 12. Keramahtamahan 13. Kejujuran	11. Pemilik Falin jaya trans memberitahu jalur yang cepat untuk tujuan pelanggan yang di tujuan 12. Pemilik Falin jaya transselalu memberikan perhatian pada pelanggan 13. Pemilik Falin jaya trans bersikap ramah 14. Pemilik Falin jaya transdapat di percaya dalam perjanjian jadwal penyewaan.
	Empati (X1.5)	14. Mudah menghubungi 15. Memahami keinginan 16. Memahami kebutuhan	15. Pelanggan mudah untuk menghubungi Pemilik Falin jaya trans 16. Pemilik Falin jaya transmemahami keinginan pelanggan 17. Pemilik Falin jaya trans memahami kebutuhan pelanggan
<b>Kepercayaan (X2)</b>		17. Percaya terhadap kinerja perusahaan 18. Percaya terhadap integritas perusahaan 19. Percaya terhadap kinerja produk 20. Percaya terhadap fitur produk 21. Percaya terhadap keterhandalan produk	18. Percaya dengan pelayanan Falin jaya trans sesuai dengan keinginan 19. Percaya atas apa yang dijanjikan pemilik Falin jaya trans 20. Percaya bahwa kinerja mobil yang disewakan Falin jaya trans sesuai dengan yang diinginkan pelanggan

Lanjutan Tabel 3.1

			21. Percaya dengan kelengkapan fasilitas mobil Falin jaya trans 22. Percaya terhadap kemampuan mobil yang dapat diandalkan keamanannya.
<b>Kepuasan pelanggan (Y)</b>	Kesesuaian harapan pelanggan (Y.1)	23. Pelayanan sesuai harapan 24. armada sesuai harapan	23. Pelayanan Falin Jaya Trans sesuai dengan harapan saya 24. Hasil dari armada Falin Jaya Trans sesuai dengan harapan saya
	Minat berkunjung kembali (Y.2)	25. Bersedia menggunakan jasa	25. Saya bersedia menggunakan jasa Falin Jaya Trans kembali
	Kesediaan merekomendasikan (Y.3)	26. Rekomendasi penyewaan mobil kepada teman 27. Rekomendasi penyewaan mobil kepada keluarga	26 Saya akan merekomendasikan untuk penyewaan mobil di Falin Jaya Trans kepada teman saya . 27 Saya akan merekomendasikan untuk penyewaan mobil di Falin Jaya Trans kepada keluarga saya

#### 1.4 Skala Pengukuran Variabel

Pengisian angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Variabel yang diukur dalam skala likert dijabarkan kembali kedalam bentuk sub-variabel, di mana sub-variabel tersebut dijabarkan kembali menjadi komponen-komponen yang dapat diukur. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan tidak mendukung pernyataan). Skor atas

pilihan jawaban untuk angket yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif adalah sebagai berikut :

- a. Skor 5, dengan kategori Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4, dengan kategori Setuju (S)
- c. Skor 3, dengan katagori Netral (N)
- d. Skor 2, dengan katagori Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1, dengan katagori Sangat Tidak Setuju (STS)

### **3.5 Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan penyewaan mobil pada Falin Jaya Trans. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 196 orang. Diambil dari data pengunjung Falin Jaya Trans pada bulan Januari sampai Juni 2019.

#### **3.5.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2013:120) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan ialah non probability sampling. Dimana dalam penelitian ini menggunakan sampling insidental, karena responden yang dipilih secara kebetulan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini pada konsumen Falin jaya trans yang pernah melakukan

penyewaan mobil pada Falin Jaya Trans. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik Random Sampling, adalah teknik pengambilan sampel dimana diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus slovin dalam Putra et, all (2016:3) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel / Jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahn pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

### 3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *sampling insidental*, dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok untuk dijadikan sebagai sumber data, maka peneliti dapat menjadikannya sebagai sample (Sugiyono,2014), pada konsumen Falin jaya trans yang pernah melakukan penyewaan mobil pada Falin Jaya Trans.



### **3.6 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.6.1 Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data dari sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya yang diperoleh secara langsung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket kepada pelanggan Falin Jaya Trans.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (ada perantara). Baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, penelitian terdahulu, dan artikel yang diambil dari internet.

#### **3.6.2 Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Angket**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode sur-vei secara langsung, yaitu membagikan angket secara langsung atau bertatap muka dengan responden yang memenuhi persyaratan dan mudah dijumpai. Menurut Sugiyono (2014, p. 192), angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu terdiri dari pertanyaan – pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden. Dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang

meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan.

### 3.7 Uji Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Pengukuran uji validitas suatu konstruk dengan menggunakan analisis faktor, yaitu pembentukan skor-skor tinggi dari suatu item sehingga membentuk suatu konstruk yang benar dan tidak boleh termuat secara tinggi di konstruk yang lain. Validitas konstruk menunjukkan seberapa valid hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur atau indikator sesuai dengan konsep teori yang digunakan. (Hair, et al. 2006). Uji validitas dapat menggunakan rumus Pearson Product Moment.

Rumus :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}(n\sum y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r = korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

Perhitungan rumus tersebut menggunakan bantuan SPSS. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

1. Apabila  $r$  hitung  $>$  nilai koefisien ( pada taraf signifikansi 0,3), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila  $r$  hitung  $<$  nilai koefisien (pada taraf signifikansi 0,3), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden.

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas

No item	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,678	0,3	valid
2		0,693	0,3	valid
3		0,870	0,3	valid
4		0,888	0,3	valid
5		0,784	0,3	valid
6		0,870	0,3	valid
7		0,888	0,3	valid
8		0,784	0,3	valid
9		0,870	0,3	valid
10		0,870	0,3	valid
11		0,432	0,3	valid
12		0,693	0,3	valid
13		0,693	0,3	valid
14		0,870	0,3	valid
15		0,888	0,3	valid

16		0,784	0,3	valid
17		0,870	0,3	valid
1	Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	0,940	0,3	valid
2		0,872	0,3	valid
3		0,817	0,3	valid
4		0,872	0,3	valid
5		0,940	0,3	valid
6		0,940	0,3	valid
1	Kepuasan pelanggan (Y)	0,929	0,3	valid
2		0,899	0,3	valid
3		0,473	0,3	valid
4		0,772	0,3	valid
5		0,929	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 3.3 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $> 0,3$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan bantuan SPSS 21. Adapun cara yang digunakan

untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach, yaitu :

1. Apabila hasil koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0.6 maka kuesioner tersebut reliable.
2. Apabila hasil koefisien Alpha < taraf signifikansi 60 % atau 0.6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,962	0,6	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,934	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,873	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sanusi, 2011). Dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{Skor tertinggi- nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

$$= 5-1$$

$$5$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

$$1,0 - 1,8 = \text{sangat buruk}$$

$$1,9 - 2,6 = \text{buruk}$$

2,7 – 3,4 = cukup

3,5 – 4,2 = baik

4,3 – 5,0 = sangat baik (Sudjana, 2012)

### 3.8.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Analisis ini akan cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas dan teknik pengambilan sampel dari populasi tersebut dilakukan secara random. Analisis ini dinamakan statistik probabilitas karena kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel itu kebenarannya bersifat peluang (probability).

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent). Metode ini juga bisa digunakan sebagai ramalan, sehingga dapat diperikarakan antara baik atau buruknya suatu variabel X terhadap naik turunnya suatu tingkat variabel Y, begitu pun sebaliknya. Rumus Regresi Linier Berganda (Umar, 2010):

$$Y = a + bX_1 + bX_2 +$$

Dimana :

$Y$  = Kepuasan Pelanggan

$A$  = Harga  $Y$  bila  $X = 0$  ( Harga Konstan )

$b$  = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen. Bila  $b (+)$  maka naik dan bila  $b (-)$  maka terjadi penurunan.

$X_1$  = Variabel bebas ( Kualitas Pelayanan)

$X_2$  = Variabel bebas (Kepercayaan)

$e$  = error atau sisa

### **3.8.4 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan untuk menganalisis asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan regresi. Uji asumsi klasik ini bertujuan agar menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik dari model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil. Dengan terpenuhinya asumsi-asumsi tersebut maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan (Hasan, Iqbal, 2002). Adapun asumsi-asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi. (Ghozali, 2012)

#### **3.8.4.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau



tidak. Uji normalitas dilakukan terhadap residu data penelitian dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Pengujian normalitas data dilakukan dengan criteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah normal
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian tidak normal. (Ghozali, 2012)

#### **3.8.4.2 Uji Multikolinieritas**

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2006). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dilakukan dengan menganalisis nilai Tolerance dan Variance Influence Factor (VIF) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF  $> 10$  dan Tolerance  $< 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas
2. Jika nilai VIF  $< 10$  dan Tolerance  $> 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas. (Ghozali, 2012)

#### **3.8.4.3 Uji Heteroskedastisitas**

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menganalisis

terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menganalisis Grafik Scatter Plot dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berada di atas dan di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas
2. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berada di atas atau di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas. (Ghozali, 2012).

#### **3.8.4.4 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu cross sectional. Autokorelasi merupakan korelasi time series (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika  $D - W$  sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai rule of thumb (aturan ringkas), jika nilai  $D - W$  diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi. (Ghozali, 2012)

#### **3.8.5 Uji Hipotesis**

##### **3.8.5.1 Uji t ( Uji Parsial)**

Menurut Sugiyono (2011:215) uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Ho :  $b_1 = b_2 = 0$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Ha :  $b_1 \neq b_2 \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan konsumen (Y).

Kriteria:

1. Ho diterima dan Ha ditolak bila signifikan hitung  $\geq 0,05$
2. Ho ditolak dan Ha diterima bila signifikan hitung  $\leq 0,05$

### **3.8.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Apabila nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, penelitian ini berpatokan pada nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan karena apabila memakai nilai R Square

akan menimbulkan suatu bias yang dapat meningkatkan  $R^2$  jika ada penambahan variabel independen. Berbeda dengan R Square, nilai Adjusted R Square tidak akan menimbulkan bias karena nilai R Square dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan dalam model.

## DAFTAR PUSTAKA

- Araufi, Yani Restiani Widjaja dan Agustina. 2020. Persepsi Nilai dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Putra Wangi Sumedang Tour and Travel
- Aria, Mulyapradana & Atik. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *urnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 3 No 1
- Aryska, Metha. 2017. Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru). *JOM FISIP* Vol. 4 No. 1 – Februari 2017 Page 1
- Aria Mulyapradana, Ardi Dwi Anjarini dan Hartono. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Tempo Cabang Tegal
- Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia. Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi
- Diza Moniharapon dan Imelda W J Ogi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. FIFGroup). *Jurnal EMBA* Vol 4 No.1
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedelapan. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermawan, Agus. 2018. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga..
- Imansyah dan Haris Irawan. 2017. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt. Kerta gaya pusaka cabang Kandangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol 3, No 3, November 2017, hal 325 - 334
- Irawan. 2005. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran dalam Perpektif Modern*. Jakarta : Erlangga

- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*; Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat
- Mirza Abdi Khairusy dan Reni Febriani. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Oktavia, Soverani. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota KPKM (Koperasi Produsen Kopi Margamulya) Di Kecamatan Pangalengan*. AGRISEP Vol. 16 No. 2 September 2017 Hal: 155 – 164
- Panjaitan, F A B K Panjaitan, T Andjarwati, S Sumiati. 2019. *The Influence of Quality of Services, Innovation of Products, Prices and Trust on Customer Satisfaction Telkomsel In Surabaya*
- Sudjana. 2012. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sudrajat, Ajad dan Fadili, Ciko Ronal Ramdani, Dadan Ahmad. 2020. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Mitra Medika Narom Kab Bekasi*
- Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado*. Jurnal Emba ISSN 2303-1174, Volume 2 Nomor 3, 1768-1780
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2010 *Metode Riset Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,
- Zikmund, William G, dan Babin, Barry J. (2013). *Essential of Marketing Research - 5/E*. China, Asia: South-Western Cengage Learning.

